

ГРИШИНА Анастасия Васильевна

**ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ОБРАЗА ТРУДОВОГО МИГРАНТА
В СМИ СТУДЕНТАМИ РАЗЛИЧНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
НАПРАВЛЕННОСТИ**

**Специальность 19.00.01 – «Общая психология,
психология личности, история психологии»
(психологические науки)**

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата психологических наук**

**Работа выполнена на кафедре общей психологии и психологии развития
факультета психологии Южного федерального университета**

- Научный руководитель -** доктор психологических наук, профессор,
член-корреспондент РАО
Абакумова Ирина Владимировна
- Официальные оппоненты:** доктор психологических наук, профессор
Белоусова Алла Константиновна;
кандидат психологических наук
Бюндюгова Татьяна Вячеславовна
- Ведущая организация -** **Кубанский государственный университет**

Защита состоится 14 апреля 2011 года в 12.00 на заседании диссертационного совета Д-212.208.04 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата психологических наук при Южном федеральном университете по адресу: 344038, г. Ростов-на-Дону, пр. М. Нагибина, 13, факультет психологии, ауд. 222.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Южного федерального университета по адресу: 344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, 148.

Автореферат разослан 12 марта 2011 г.



Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат психологических наук, доцент

А. Тащёва Тащёва А.И.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. В современном информационном обществе особую роль играют СМИ как важный компонент формирования гражданского общества.

СМИ обеспечивают общение в масштабах социума, выступая в качестве главного связующего звена между внешней средой и человеком. Основной поток сведений о внешнем мире субъект получает через средства массовой информации, которые не только сообщают о том, что происходит вокруг, но и распространяют модели, общественные нормы, служащие образцом при формировании человеческих отношений, ценностей и интересов, определяющих образ жизни индивида в целом. Благодаря этому СМИ превращаются в мощнейший фактор воздействия на картину мира, как отдельного человека, так и общественных групп.

Феномен средств массовой информации стал объектом пристального исследования как российских, так и зарубежных психологов, политологов, социологов, лингвистов с 50-х гг. XIX в., и был изучен в рамках теории социального научения (А. Бандура, Дж. Роттер, У. Мишел), теории культивирования (Дж. Гербнер), теории социализации (И. Мейровиц, Н. Поустмен, М. Розенберг), теории использования и удовлетворения (Дж. Блумер, Э. Кац, Ф. Палмгрин, К. Розенгрэн), теории навязывания повестки дня (Д. Шоу, М. МакКомс), когнитивной теории СМИ.

Несмотря на различие подходов к изучению СМИ, все исследователи сходятся в одном: средства массовой информации оказывают огромное психологическое воздействие на аудиторию в сфере собственно деятельности и ее реальном осуществлении и в ценностно-смысловой сфере личности, трансформируя ее мотивы, потребности, установки, ценностные ориентации и формируя стереотипы. Этот процесс в отношении молодежи, как группы подверженной наибольшему влиянию в силу несформированности механизмов противодействия информационному воздействию СМИ, оказывается наиболее сильным и, таким образом, средства массовой информации практически конструируют образ мира у молодого поколения.

По мнению А.А. Гостева, психический образ является и обусловленным, и обуславливающим. В единстве своих трех составляющих (чувственная ткань, значение и смысл) психический образ мира рассматривается А.Н. Леонтьевым как своеобразная «призма», опосредующая внешние воздействия в процессе регуляции деятельности. В свою очередь внешние воздействия, формируя соответствующие образы, а также индивидуальные системы значений, изменяют интегральный образ реальности (А.А. Гостев).

Степень разработанности проблемы. Средства массовой информации играют важную роль в построении субъективной картины окружающего мира современной молодежи, в частности социальной действительности в различных аспектах, т.е. участвуют в формировании мировоззрения в целом. Изучение образа различных социальных групп у молодежи и степень влияния СМИ на этот образ представляется интересной, но недостаточно изученной темой.

С каждым годом возрастающее число трудовых мигрантов как социальной группы вызывает противоречивое отношение у местного населения, что ведет к нарастанию социального напряжения и этническим конфликтам. Негативное отношение к мигрантам возникает зачастую у людей, которые не имеют опыта непосредственного контакта с мигрантами, и, по-видимому, сформировано под влиянием СМИ. В связи с чем, мы решили провести исследование образа трудового мигранта у студентов как активных потребителей СМИ. Студенты по объективным причинам еще не сталкивались с проблемой трудовой миграции и не имели опыта реального общения с мигрантами, что дает нам право считать, что образ трудового мигранта складывается у студенческой молодежи опосредованно и во многом под влиянием мнения референтных групп и СМИ.

Для нормальной социально-психологической атмосферы в обществе необходимо создание и укрепление толерантных отношений между различными социальными группами, что позволит препятствовать развитию таких негативных социальных явлений как экстремизм, терроризм, ксенофобия, военные конфликты на расовой и религиозной почве. Студенческая молодежь является, с одной стороны, той социальной группой, чьи ценностно-смысловые ориентации еще достаточно лабильны и подвержены различным видам трансформаций, а, с другой стороны, именно это поколение и будет составлять основу будущего общества в РФ. Одним из способов влияния на ценностно-смысловую сферу молодого поколения, безусловно, являются СМИ. Возникает противоречие между необходимостью изучать ценностно-смысловые трансформации современной молодежи и недостаточной степенью изученности тех образов, которые СМИ создает для различных социальных групп, и их воздействия на социально-психологическую ситуацию в обществе.

Выявленные противоречия определили актуальность проблемы, которая состоит в необходимости изучить влияние СМИ на формирование образа трудового мигранта у студенческой молодежи.

Цель: исследование особенностей восприятия образа трудового мигранта в СМИ студентами различной профессиональной направленности.

Объект исследования: 200 студентов различной профессиональной направленности как потребители СМИ.

Предмет исследования: ценностно-смысловая сфера студентов различной профессиональной направленности как потребителей СМИ.

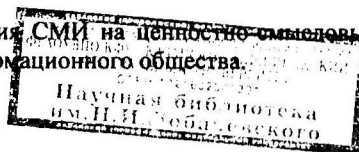
Цель исследования обусловила постановку **следующих задач:**

Теоретические

1. Анализ основных теорий и подходов, раскрывающих сущность и специфику влияния информационного общества на теорию и методологию гуманитарной науки.

2. Анализ основных теорий и подходов к исследованию СМИ в условиях современного информационного общества в зарубежной и отечественной психологии.

3. Анализ особенностей влияния **СМИ на ценностно-смысловые трансформации личности в условиях информационного общества.**



Методические

4. Сформировать методический комплекс для исследования специфики восприятия образа трудового мигранта с целью выявления перцептивных особенностей и факторов, которые оказывают на них влияние.

5. Разработать анкету - опросник для выявления общего отношения аудитории СМИ к трудовой миграции.

6. Разработать анкету - опросник для выявления основных характеристик образа трудового мигранта, формируемого СМИ.

7. Провести исследование социальной дистанции студентов с различными образами трудового мигранта из СМИ по модифицированной методике Э. Богардуса.

Эмпирические

8. Изучить особенности восприятия образа трудового мигранта, транслируемого в СМИ.

9. Изучить влияние особенностей ценностно-смысловой сферы личности студента, а также его уровня толерантности и профессиональной направленности на восприятие образа мигранта.

10. Апробировать разработанные анкеты.

11. Разработать методические рекомендации для СМИ по коррекции транслируемого образа трудового мигранта с целью развития толерантных установок в российском обществе.

Основные гипотезы исследования:

1. Под влиянием СМИ в молодежной среде формируются устойчивые стереотипные образы, порождающие трансформации установок негативного ожидания в отношении к различным социальным группам.

2. Трансформации в восприятии людей иной этноконфессиональной принадлежности студентами различной профессиональной направленности могут быть обусловлены влиянием СМИ.

3. Образ трудового мигранта в восприятии студентов может быть трансформирован на ценностно-смысловом уровне в результате воздействия СМИ.

4. Возможно разработать психологически обоснованные рекомендации для журналистов и специалистов, работающих с мигрантами в государственных структурах и общественных организациях, по преодолению формирования негативного отношения к трудовым мигрантам.

Методологическими и теоретическими предпосылками исследования являются представления о смысловой сфере личности и направленной трансляции смыслов (И.В. Абакумова, А.Г. Асмолов, Б.С. Братусь, А.В. Брушлинский, Ф.Е. Василюк, В.К. Вилюнас, Л.С. Выготский, В.П. Зинченко, В.А. Иванников, А.Н. Леонтьев, Д.А. Леонтьев, А.Р. Лурия, С.Я. Рубинштейн, В.И. Слабодчиков, В.В. Столин, Е.В. Субботский, Д.И. Фельдштейн); изучение ценностно-смысловой сферы взрослых в различных профессиональных контекстах (С.Т. Джанерьян, В.Н. Дружинин, П.Н. Ермаков, Л.Н. Коган, Я.Л. Коломинский, А.В. Серый, В.А. Ядов, М.С. Яницкий); психосемантический подход к изучению этнических стереотипов (Е.Ю. Артемьева, К.В. Бердников, А.Р. Кравцова, О.В. Митина, О.Т. Мельникова, В.Ф. Петренко, Е.Е. Пронина, В.С. Осипова); психо-

логические исследования образной сферы личности (А.А. Гостев, Б.М. Петухов, С.Д. Смирнов); психологические теории этнокультурной адаптации и аккультурации личности в полиэтнической профессиональной среде (Р. Билз, О.В. Гукаленко, Г.Д. Дмитриев, М. Коксинен, И.В. Колоколова, Н.М. Лебедева, О.В. Лунева, М.Ю. Мартынова, К. Оберг, В. Раутен, Т.П. Скрипкина, Г.У. Солдатова, Т.Г. Стефаненко, Л.М. Сухорукова); психологические исследования массовой коммуникации (Б. Берельсон, Дж. Гербнер, К. Кларк, П. Лазерсфельд, Г. Лассуэлл, У. Липпман, Ю.А. Шерковин, У. Шрамм).

Методы исследования: теоретический анализ психологических источников по проблеме исследования; диагностическое эмпирическое исследование с использованием личностных тестовых методик, оценочных шкал: анализ, обобщение; методы статистической обработки данных: ранговая корреляция по Спирмену, критерий Краскелла-Уолиса.

Методики исследования: тест смысложизненных ориентаций (СЖО) (Д.А. Леонтьева); методика «Ценностные ориентации» М. Рокича; экспресс-опросник «Индекс толерантности» (Г.У. Солдатова); модифицированная шкала социальной дистанции Э. Богардуса (в модификации И.В. Абакумовой, А.В. Гришиной); анкеты: «Отношение к трудовой миграции», «Трансляция образа трудовых мигрантов в СМИ» (И.В. Абакумова, А.В. Гришина).

Достоверность полученных результатов исследования гарантирована общей логикой построения исследования и целостным подходом к решению проблемы; методологической обоснованностью и непротиворечивостью исходных теоретических положений исследования; подбором комплекса диагностических методик, использованием проверенных стандартизированных методик и корректной организацией опытно-экспериментальной работы; статистическими методами обработки полученных в ходе эксперимента данных с помощью программ «Microsoft Excel 7.0» и «STATISTIKA Stat Soft 6.1»; результатами экспериментальной работы; практическим подтверждением основных положений исследования.

Научная новизна исследования. Определено, что одной из ведущих ценностей студенческой молодежи является профессиональная самореализация и общественное признание. В связи с этим, трудовые мигранты воспринимаются молодым поколением как конкуренты на рынке труда, что, безусловно, ведет к неприятию этой социальной группы в целом.

Показано, что образ трудового мигранта в СМИ, подчеркивает их некомпетентность, невежественность, отсутствие какого-либо образования и абсолютную дезинтеграцию в принимающее общество. При этом негативно окрашенная информация о мигрантах зачастую связывается в СМИ с определенными этническими группами, в результате чего у аудитории формируются этнические стереотипы и предубеждения.

Установлено, что в российских СМИ преобладает изображение национальных меньшинств на стадии высмеивания, когда доминирующая социальная группа возвеличивает свой образ за счет принижения меньшинств, создавая у аудитории стойкое негативное отношение ко всем мигрантам, вне зависимости

от их реальной профессиональной принадлежности, уровня квалификации и т.д.

Показано, что образ трудового мигранта в восприятии студентов значительно трансформирован. Вне зависимости от профессиональной направленности студентов во всех группах выявлено, с одной стороны, устойчивое неприятие трудовых мигрантов определенной категории (рабочих специальностей), а, с другой стороны, безусловное принятие других категорий мигрантов, которых до начала исследования испытуемые не причисляли к категории «трудовые мигранты», хотя они таковыми являются (квалифицированных специалистов в разных областях).

Теоретическая значимость исследования. Дополнены представления о влиянии СМИ на ценностно-смысловую сферу молодежи, в частности в отношении к социальным группам и явлениям.

Раскрыто понимание процесса стереотипизации образа у молодежи различной профессиональной направленности.

Дополнено описание смысложизненных стратегий студентов различной профессиональной направленности.

Значительно расширены представления о процессе формирования этнических стереотипов.

Изучено влияние образов СМИ на социальную дистанцию между различными социальными группами.

Практическая значимость исследования. Разработаны и апробированы анкеты для анализа отношения к трудовой миграции в целом и выявления образа трудового мигранта, транслируемого СМИ.

Модифицирована Шкала социальной дистанции Э. Богардуса с целью оценки влияния образа трудового мигранта из СМИ на отношение респондентов к мигрантам в реальной жизни.

Материалы диссертационного исследования могут быть использованы психологами, специалистами, работающими с мигрантами в государственных структурах и общественных организациях, журналистами, студентами филологических факультетов, специалистами, работающими в области СМИ и рекламы, а также при разработке учебных пособий по курсу «Психология направленного воздействия», «Медиапсихология», «Этнопсихология» в высших психологических и филологических учреждениях образования, на курсах повышения квалификации.

Этапы исследования.

Исследование проводилось в течение 2 лет и состояло из четырёх этапов: научно - теоретического, организационного, психодиагностического и констатирующего.

На первом этапе (2008-2009 гг.) - научно-теоретическом - были изучены представления об особенностях ценностно-смысловой сферы личности в современном информационном обществе, а также проведен анализ основных теорий массовой коммуникации.

Второй этап (2008-2009 гг.) - организационный - на этом этапе осуществлялось планирование научного эмпирического исследования, были

сформулированы его цель, гипотезы и задачи, сформирована выборка, разработан методический инструментарий по сбору эмпирического материала, разработаны и апробированы анкеты.

Третий этап (2009-2010 гг.) - психодиагностический - предполагал психологическое изучение четырех групп студентов, разделенных по профессиональной направленности, по выбранному нами методическому инструментарию.

Четвертый этап (2010 г.) - констатирующий - предполагал обобщение полученных результатов, выявление особенностей ценностно-смысловой сферы у студентов различной профессиональной направленности и сравнение образа трудового мигранта, транслируемого СМИ, с образом, существующим у студентов. На этом этапе работы были сделаны выводы, сформулированы положения, выносимые на защиту, и разработаны рекомендации для СМИ.

Положения, выносимые на защиту:

1. Под влиянием СМИ отношение к социально значимым процессам и явлениям трансформируется: позитивно направленная информация приводит к формированию установок позитивного ожидания и позитивной стратегии восприятия и, напротив, под влиянием негативно направленной информации формируется негативная стратегия восприятия информации, приводящая к значительным деформациям образов социальных групп и явлений.

2. В молодежной среде под влиянием СМИ формируются негативные или позитивные оценки различных гендерных и профессиональных групп и этноконфессиональные стереотипы. Эти стереотипы влияют на особенности межкультурного и межличностного взаимодействия, что приводит к развитию интолерантности, агрессии, ксенофобии и мигрантофобии.

3. Трансформации восприятия образа трудового мигранта на ценностно-смысловом уровне у студентов заключаются в восприятии мигрантов как главного препятствия в достижении своих приоритетных целей- поиске достойной работы и дальнейшей профессиональной самореализации, что приводит к увеличению социальной дистанции между этими социальными группами.

4. Рекомендации для журналистов должны включать особый подход к отбору и трансляции этнически окрашенной информации и должны быть ориентированы на ценностно-смысловые установки принимающей аудитории.

Апробация работы. Материалы диссертации докладывались на заседаниях кафедры общей психологии и психологии развития факультета психологии Южного федерального университета (Ростов-на-Дону, 2009-2010); на XXXIV, XXXV, XXXVI, XXXVII научных конференциях сотрудников, аспирантов и студентов факультета психологии ЮФУ (Ростов-на-Дону, 2006-2009); IV съезде Российской психологической общности (Ростов-на-Дону, 2007); научно-практической конференции «Противодействие идеологии экстремизма и терроризма в рамках реализации государственной молодежной политики» (Ростов-на-Дону, 2009); Антитеррористическом фестивале студенческой, научной и творческой молодежи «Мир Кавказу» (Ростов-на-Дону, 2010).

Материалы диссертационной работы используются в учебном процессе Южного федерального университета; при разработке и проведении мероприятий, направленных на формирование и развитие культуры межнациональных отношений в студенческой среде в Ростовском государственном университете путей сообщений; при разработке «Стратегии социально-экономического развития Южного и Северо-Кавказского федеральных округов на период до 2020 года» в Ассоциации экономического взаимодействия субъектов Российской Федерации Южного федерального округа «Северный Кавказ».

Публикации. По теме диссертации опубликовано 14 работ общим авторским объемом в 5,5 усл.п.л., из них 2 работы - в журнале, рекомендованном ВАК РФ.

Структура и объем диссертации: Диссертация состоит из введения; трех глав; заключения, содержащего основные выводы, практические рекомендации и перспективы дальнейшего исследования проблемы; списка литературы, включающего 220 источников, из которых 20 - на английском языке; 5 Приложений. Диссертация иллюстрирована 12 Рисунками и 26 Таблицами. Основной объем диссертации составляет 145 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, определяются объект, предмет, цель, задачи, этапы и методы исследования, формулируются положения, выносимые на защиту, раскрываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, излагаются характеристики ее апробации.

Первая глава «Теоретические и методологические основы ценностного восприятия образов, представляемых в СМИ» содержит в себе рассмотрение различных точек зрения, на изучаемую тему. Показана особая роль информации в современном мире. Э. Тоффлер считал, что «демассификация цивилизации, отражением и усилением которой являются средства информации, влечет за собой огромный скачок объема информации, которой мы обмениваемся друг с другом. И этот рост объясняет, почему мы становимся «информационным обществом». Анализ основных особенностей информационного общества и его влияние на общество в целом и на каждую отдельную личность раскрыты в работах Э. Тоффлера, Ф. Махлупа, Т. Стоунера, Д. Белла, А.И. Ракитова, И.Н. Курносова, О.А. Финько, Ю.М. Нестерова.

В информационном обществе объективно возрастает роль СМИ в создании образа социальной реальности и возникает необходимость проводить исследования массовой коммуникации и механизмов ее влияния на аудиторию.

Был проведен анализ основных теорий, в рамках которых на протяжении многих лет идут исследования в области массовой коммуникации: теории социального научения (А. Бандура), теория культивирования (Дж. Гербнер), теории социализации (И. Мейровиц, Н. Поустмен, М. Розенберг), теории использования и удовлетворения (Дж. Блумер, Э. Кац, Ф. Палмгрин, К. Розенгрэн),

теории навязывания повестки дня (М. МакКомс, Д. Шоу), когнитивной теории СМИ.

Говоря о влиянии СМИ на ценностно-смысловую сферу личности, необходимо рассмотреть понятие «психический образ». Он традиционно понимается как субъективная картина мира или его фрагментов, включающего самого субъекта, других людей, пространственное окружение и временную последовательность событий. «Психический образ мира» изучен в работах таких ученых как Е.Ю. Артемьева, А.А. Гостев, Д.А. Леонтьев, Б.М. Петухов, С.Д. Смирнов. Трансформации психического образа мира, как указывает Д.А. Леонтьев, могут быть порождены как устойчивыми особенностями структурирования личностью целостной картины мира, так и преходящим влиянием сиюминутных мотивов. Е.Ю. Артемьева считает, что немало зависит также от самих воспринимаемых объектов и явлений. По отношению ко многим из них человек уже обладает определенным априорным отношением, которое является следом опыта взаимодействия с этими объектами и явлениями, отражает их жизненный смысл и фиксируется в личности в форме диспозиционных структур и структур субъективной семантики. В то же время и новые для нас объекты и явления также с самого начала вызывают пристрастное к себе отношение, оцениваются под углом зрения их личностного смысла.

Одним из важнейших аспектов социальной реальности, представленной в образе мира человека, является межгрупповое взаимодействие представителей больших социальных групп. Отличительной особенностью этого взаимодействия является то, что оно может происходить без непосредственного взаимодействия представителей этих групп. При этом у одной социальной группы создается определенный социальный стереотип относительно другой социальной группы. Социальный стереотип определяется как упрощенный, схематичный образ социального объекта (например, образ социальной группы, широко распространенный в определенной большой социальной группе, который характеризуется высокой степенью согласованности индивидуальных представлений в группе и общей эмоциональной окраской). Наиболее распространенной формой социальных стереотипов являются этнические стереотипы, исследования которых представлены в работах Т. Адорно, А.Г. Асмолова, Дж. Доллара, Б.А. Душкова, О. Клайнберга, И.С. Кона, В.П. Левковича, Н.Г. Панковой, Т. Петтигрю, В.Ф. Петренко, Г.У. Солдатовой, Е.И. Шлягиной.

В условиях современного информационного общества процесс взаимного восприятия больших социальных групп выходит на новый уровень, т.к. одним из главных посредников в контактах между группами теперь выступают СМИ.

Направленная трансляция образов социальных групп в СМИ становилась предметом исследования ряда отечественных и зарубежных психологов: образы гендерных групп исследовались в работах М. Бакиевой, Н. Беликовой, Д. Джайлсом, Н. Синьорелли, Г. Тачманом, образы национальных и других социальных групп исследовались Н.Н. Богомоловой, Т. Ван Дейком, Дж. Гербнером, С. Кларком, Т.Г. Стефаненко, Р. Харрисом.

Во второй главе «Анализ влияния СМИ на особенности формирования ценностного отношения учащейся молодежи к образу трудового ми-

гранта в ЮФО» рассмотрены основные особенности освещения этнически окрашенной информации в СМИ, а также приведены данные, отражающие миграционную ситуацию в РФ в 2008-2010 гг. Далее представлены методы сбора, обработки и интерпретации эмпирической информации, представлены основные этапы исследования, дана характеристика исследуемых групп и описаны основные приемы проверки достоверности данных.

Объектом диссертационного исследования стали студенты ВУЗов г. Ростова-на-Дону как потребители СМИ. Все испытуемые были людьми одного поколения (от 18 до 25 лет) и составили четыре группы. Дифференцировались группы по профессиональной направленности: психологи, физики, юристы и экономисты. Исследование проводилось в течение 2 лет и состояло из четырёх этапов: научно - теоретического, организационного, психодиагностического и констатирующего. Всего в исследовании приняли участие 200 человек. Из них 147 женщин и 53 мужчины. Процедура исследования проводилась методом горизонтального среза и носила характер групповой и индивидуальной работы. Всем участникам исследования предлагалось заполнить единообразные бланки тестирования и опроса.

В третьей главе «Результаты диагностической части исследования. Анализ эмпирических данных» представлены результаты исследования ценностно-смысловой сферы студентов различной профессиональной направленности.

Результаты исследования смысловой сферы студентов различной профессиональной направленности с помощью теста СЖО представлены на Рисунке 1.

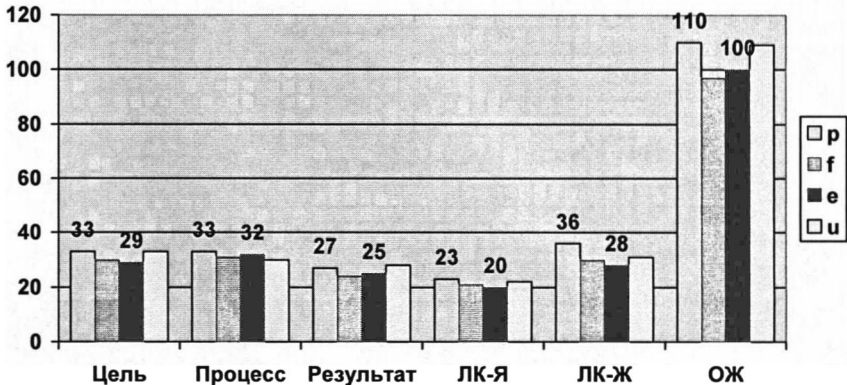


Рисунок 1. Распределение по шкалам СЖО

Условные обозначения: p - психологи, f - физики, e - экономисты, и - юристы, ЛК-Я - Локус-контроля Я, ЛК-Ж- Локус-контроля Жизнь, ОЖ- общая осмысленность жизни.

Из приведенного сравнения видно, что группа психологов набрала наивысшее количество баллов по четырем из пяти шкал (цель=33, процесс=33, Локус-контроля Я=23, Локус-контроля Жизнь=36), что может говорить о том, что представители этой группы больше задумываются о смысле жизни, и, в частности, о ее будущем, настоящем и прожитом участках. Группа экономистов по трем шкалам получила наименьшее количество баллов (цель=29, Локус-контроля Я=20, Локус-контроля Жизнь=28), что может свидетельствовать о некоторой неудовлетворенности, по сравнению с другими группами, прожитым и настоящим участками жизни, и, как результат, отсутствием особых планов на будущее. Таким образом, можно говорить о различиях между группами студентов разной профессиональной направленности: психологи и юристы по всем шкалам показали более высокие баллы по сравнению с физиками и экономистами, что позволяет сделать вывод об их большей осмысленности прожитого периода жизни и удовлетворенности жизнью в целом.

Результаты исследования ценностных ориентаций студентов различной профессиональной направленности приведены на Рисунках 2 и 3.

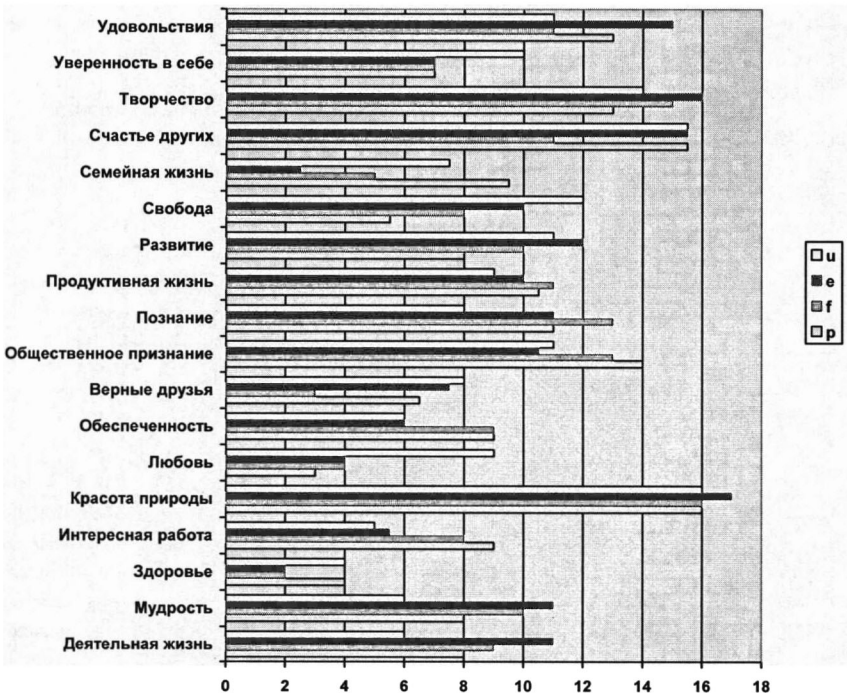


Рисунок 2. Распределение терминальных ценностей

Условные обозначения: p-психологи, f-физики, e-экономисты, u-юристы.

Для психологов, физиков и экономистов приоритетными являются ценности личной жизни, а конкретные и абстрактные ценности представлены в равной мере. Для юристов более приоритетны конкретные ценности и ценности профессиональной самореализации.

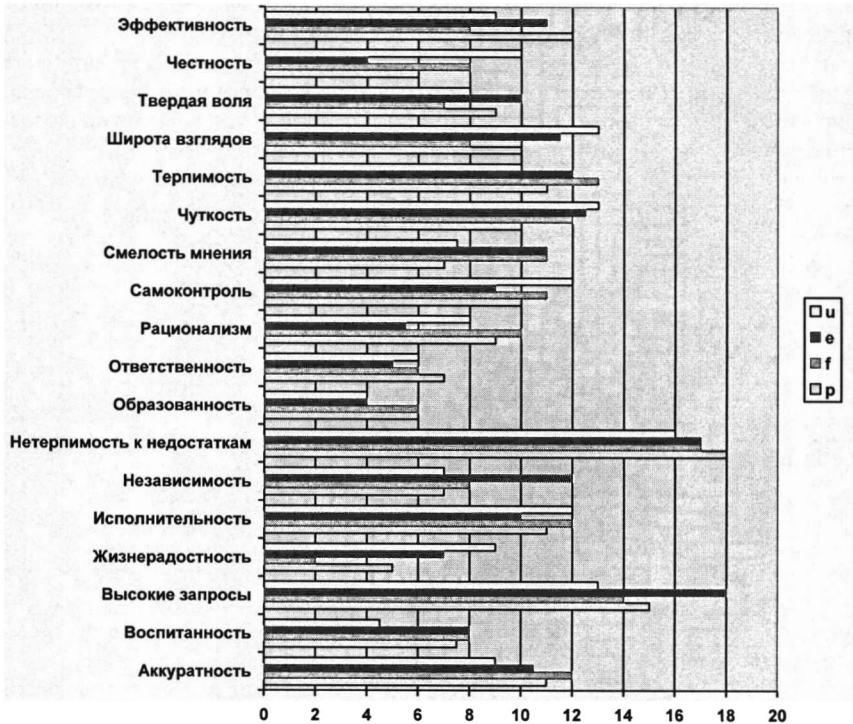


Рисунок 3. Распределение инструментальных ценностей

Условные обозначения: p-психологи, f-физики, e-экономисты, u-юристы.

Для всех профессиональных групп есть свои приоритетные ценности, но, в отличие от терминальных ценностей, иерархия инструментальных ценностей идентична у всех опрошенных групп. Таким образом, можно говорить об иерархии инструментальных ценностей не по профессиональному признаку, а по возрастному - для студентов наиболее важными ценностями-средствами являются:

1. воспитанность, хорошие манеры, умение вести себя в соответствии с нормами культуры поведения;
2. жизнерадостность, оптимизм, чувство юмора;
3. образованность, широта знаний, высокий культурный уровень;

4. ответственность, чувство долга, умение держать слово;
5. честность, правдивость, искренность.

Для психологов и юристов одной из приоритетных ценностей является смелость в отстаивании собственного мнения.

Таким образом, для студентов приоритетными являются ценности общения и индивидуалистические ценности, а ценности принятия других людей и альтруистические ценности не являются значимыми.

Отношение студентов к представителям других этнических групп и установки в сфере межкультурного взаимодействия исследовалось по экспресс-опроснику «Индекс толерантности». Результаты этого исследования приведены на Рисунке 4.

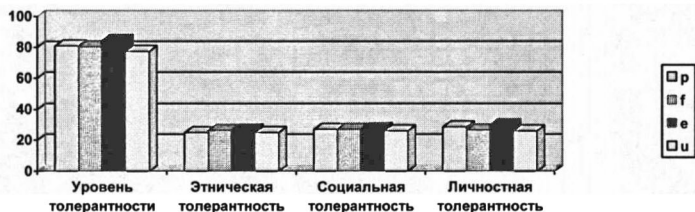


Рисунок 4. Распределение по видам толерантности

Условные обозначения: р-психологи, ф-физики, е-экономисты, и-юристы.

Существенных различий между группами по различным видам толерантности выявлено не было. Уровень толерантности находится во всех группах на среднем уровне, что говорит о сочетании у респондентов как толерантных, так и интолерантных черт – в одних социальных ситуациях они ведут себя толерантно, в других могут проявлять интолерантность.

Для выявления особенностей образа трудовых мигрантов в российских СМИ с целью последующего изучения особенностей восприятия этого образа студентами различной профессиональной направленности нами был проведен анализ различных программ ТВ и радио, публикаций в прессе и интернете в отношении трудовых мигрантов, вышедших в период с марта 2007 по март 2010, который дал следующие результаты: в российских СМИ изображение национальных меньшинств находится на второй стадии по С. Кларку, т.е. стадии высмеивания, когда доминирующая социальная группа возвеличивает свой образ за счет принижения меньшинств. Термины «гастарбайтеры» и «нелегалы» употребляются во всех видах СМИ с выраженным негативным оттенком значительно чаще, чем остальные словосочетания, создавая у аудитории стойкое негативное отношение ко всем мигрантам, вне зависимости от их реальной профессиональной принадлежности, уровня квалификации и т.д.

При исследовании социальной дистанции студентов различной профессиональной направленности с образами трудовых мигрантов в СМИ нами были получены следующие результаты.

Образы высококвалифицированных и при этом публичных трудовых мигрантов, т.е. спортсменов и тренеров, во всех группах испытуемых были поставлены на наименьшую социальную дистанцию, предполагающую тесное родство посредством брака или дружбу.

Образы квалифицированных, но не знакомых трудовых мигрантов, т.е. преподавателей, научных работников, гувернанток, были поставлены на среднюю социальную дистанцию, предполагающую принадлежность к моей профессиональной группе или соседство.

Наибольшая социальная дистанция во всех группах была выявлена с образами трудовых мигрантов рабочих специальностей.

Дистанция с образом группы неработающих трудовых мигрантов из Ближнего зарубежья, является максимально возможной и респонденты из всех профессиональных групп считают, что такие трудовые мигранты не должны пускаться в РФ.

В группе экономистов была выявлена наименьшая социальная дистанция со всеми образами, что говорит о большей лояльности и толерантности студентов-экономистов к трудовым мигрантам. В группе юристов, наоборот, была выявлена наибольшая социальная дистанция со всеми образами, что указывает на негативное отношение студентов-юристов в целом к трудовым мигрантам.

Для более полного представления об образе трудовых мигрантов у студентов различной профессиональной направленности были разработаны две анкеты, ответы на вопросы которых позволили определить общее отношение респондентов к проблеме трудовой миграции и сделать вывод об их готовности к социальным контактам с мигрантами, а также выявить какой образ трудового мигранта сформирован у респондентов российскими СМИ на данный момент и отношение респондента к этому образу.

Все группы испытуемых показали в целом негативное отношение к трудовой миграции: 60% опрошенных считают, что «трудовые мигранты не нужны РФ» (36% считают, что «трудовые мигранты нужны РФ», а 4% ответили «не знаю»); 66% опрошенных студентов считают, что «трудовые мигранты забирают рабочие места у представителей местного населения» (29% ответили «нет», а 5% ответили «не знаю»); 86% опрошенных студентов уверены, что «трудовые мигранты приглашаются как «дешевая рабочая сила»» (9% не согласны с таким мнением, а 5% ответили «не знаю»). При выраженном негативном отношении к трудовым мигрантам 82% опрошенных студентов считают, что «трудовые мигранты и представители местного населения, занимающие одну и ту же должность, должны получать одинаковую зарплату» (15% не согласны с данным утверждением, а 3% ответили «не знаю»).

70% опрошенных студентов различной профессиональной направленности считают, что СМИ изображают трудовых мигрантов негативно, 9% - «позитивно», а 21% не смогли ответить однозначно и выбрали ответ «по-разному».

Студенты различной профессиональной направленности отмечают, что обсуждение проблем трудовой миграции в СМИ приводит прежде всего к развитию интолерантности (35%) и агрессии (23%), привлекает внимание (26%) и интерес (10%) к этой проблеме. Наиболее употребимыми терминами при обсу-

ждении трудовой миграции студенты считают термины «нелегал» (49%) и «гастарбайтер» (42,5%).

Самым типичным образом трудового мигранта в российских СМИ 96% испытуемых считают образ непрофессионала из ближнего зарубежья, работающего на стройке.

Испытуемым было предложено описать тот образ трудового мигранта, который сформирован у них под влиянием СМИ, и 62,5% опрошенных ответили, что это образ из юмористической телепрограммы «Наша Russia», у остальных же опрошенных целостного психосемантического образа просто нет.

Согласно этим результатам можно говорить о наличии у студентов вне зависимости от их профессиональной направленности сформированного отношения к трудовым мигрантам и определенного образа мигрантов из СМИ, что свидетельствует о стереотипизации оценочных выборов молодежи в отношении этой социальной группы.

В результате статистической обработки (ранговые корреляции Спирмена) результатов всех методик и анкет были получены следующие результаты [Таблица 1]:

Таблица 1

Особенности ценностно-смысловой сферы студентов как различные стратегии принятия образа трудового мигранта в материалах СМИ

	Стратегия Мигранты нужны			Стратегия «РФ нужны квалифицированные специалисты»		
		R	р-уров.		R	р-уров.
1	2	3	4	5	6	7
р	этническая толерантность	0,442	0,002	ответственность	0,339	0,022
	твердая воля	0,311	0,042	эффективность	0,346	0,019
	эффективность	0,379	0,012	честность	0,351	0,018
	независимость	-0,350	0,021	интерес	-0,361	0,014
				творчество	-0,389	0,008
				чуткость	-0,369	0,012
				дистанция 7	0,357	0,016
f	этническая толерантность	0,357	0,010	здоровье	0,344	0,029
	независимость	0,404	0,003	интерес	0,370	0,018
				любовь	0,458	0,002
				обеспеченность	0,332	0,036
				счастье других	0,333	0,035
				исполнительность	0,342	0,030
				деятельность	-0,314	0,048
				друзья	-0,411	0,008
				признание	-0,342	0,030
				продуктивность	-0,313	0,048
				творчество	-0,428	0,005
				жизнерадостность	-0,405	0,009
				широта взглядов	-0,399	0,010
				дистанция 4	0,376	0,016

Продолжение Таблицы 1

1	2	3	4	5	6	7
е	признание	-0,489	0,0003	красота	0,441	0,001
	удовольствия	-0,314	0,026	исполнительность	0,286	0,043
	аккуратность	-0,324	0,021	образованность	0,323	0,021
	независимость	-0,599	0,000	широта взглядов	0,403	0,003
	ответственность	-0,782	0,000	эффективность	-0,433	0,001
	терпимость	-0,342	0,014	высокие запросы	-0,353	0,011
	дистанция 1	0,454	0,0009	дистанция 1	-0,299	0,034
	дистанция 2	0,566	0,000	дистанция 5	-0,834	0,000
				дистанция 6	-0,714	0,000
				дистанция 7	-0,670	0,000
				дистанция 8	-0,445	0,001
и	эффективность	-0,364	0,009	дистанция 10	-0,445	0,001
	дистанция 7	0,290	0,040	дистанция 11	-0,445	0,001
				семейная жизнь	0,298	0,049
				образованность	0,345	0,021
				обеспеченность	-0,327	0,030
				удовольствия	-0,357	0,017
				дистанция 6	0,354	0,018
				дистанция 7	0,361	0,015

Условные обозначения: р-психологи, ф-физики, е-экономисты, и-юристы

Примечания: следует учитывать характер ранговой шкалы в методике М. Рокича при интерпретации коэффициента корреляции.

Из Таблицы 1 видно, что, несмотря на процессы стереотипизации (во многом под влиянием СМИ) в отношении к трудовым мигрантам, у студентов различной профессиональной направленности есть внутренняя готовность по-разному относиться к этой социальной группе в силу различий ценностно-смысловой сферы.

В результате проведенного исследования были сформулированы следующие **выводы**:

1. Под влиянием СМИ в молодежной среде формируются устойчивые стереотипные образы, порождающие трансформации установок негативного ожидания в отношении к различным социальным группам: вне зависимости от особенностей личностно-смысловой сферы основные компоненты психосемантического образа трудового мигранта являются унифицированными. Самым типичным образом трудового мигранта в российских СМИ 96% испытуемых считают образ непрофессионала из ближнего зарубежья, работающего на стройке, характеризующегося низкой степенью интеграции в принимающее общество, незнанием языка, готовностью работать за небольшую зарплату.

2. Трансформации в восприятии людей иной этноконфессиональной принадлежности студентами могут быть обусловлены влиянием СМИ. При описании образа типичного трудового мигранта 62,5 % называли образ из телевизионной передачи «Наша Russia» или описывали его основные психосемантические характеристики.

3. Образ трудового мигранта в восприятии студентов трансформирован на ценностно-смысловом уровне в результате воздействия СМИ. Одной из ведущих ценностей студенческой молодежи является профессиональная самореализация и материально обеспеченная жизнь. Акцентирование в материалах СМИ «неконтролируемости количества трудовых мигрантов», «их готовности к любой работе», а, главное, преувеличенное СМИ желание работодателей принимать на работу именно трудовых мигрантов приводит к формированию стойкого негативного стереотипа «трудовой мигрант- главный конкурент на рынке труда».

4. Образ трудового мигранта в восприятии студентов значительно трансформирован. Вне зависимости от профессиональной направленности испытуемых во всех группах выявлено, с одной стороны, устойчивое неприятие трудовых мигрантов определенной категории (рабочих специальностей), а, с другой стороны, безусловное принятие других категорий мигрантов, которых до начала исследования испытуемые не причисляли к категории «трудоустроенные мигранты», хотя они таковыми являются (квалифицированных специалистов в разных областях).

5. Приводятся психологически обоснованные **рекомендации** для журналистов и специалистов, работающих с мигрантами в государственных структурах и общественных организациях, для преодоления формирования негативного отношения к трудовым мигрантам и построения позитивного образа трудового мигранта; включают технологии прямого и опосредованного воздействия, ориентированные на убеждающе-оценочный эффект.

При дальнейшем исследовании проблемы представляется **перспективным** изучение вопросов, связанных с особенностями восприятия образов в материалах СМИ различными возрастными и этническими группами, а также изучение влияния медиа-образов на развитие взаимной толерантности мигрантов и представителей местного населения.

Основное содержание диссертации отражено в 14-ти публикациях Гришиной А.В.:

I. В журнале, рекомендованном ВАК РФ для публикации материалов кандидатских диссертаций

1. Абакумова И.В., Гришина А.В. Образ мигранта в отечественных СМИ: особенности ценностно-смыслового восприятия в молодежной среде [Текст] / И.В. Абакумова, А.В. Гришина // Российский психологический журнал. 2011. Т. 8. № 1. С. 9–19. - авт. вклад 0,35 п.л.

2. Гришина А.В. Психологические особенности восприятия образа трудового мигранта в СМИ в молодежной среде [Текст] / А.В. Гришина // Российский психологический журнал. 2010. Т.7. №. 5-6. С. 62-66. - авт. вклад 0,3 п.л.

II. Остальные работы

3. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Антитеррористическая политика: позитивная и негативная роль СМИ в формировании образа террориста у молодого поколения [Текст]: методические рекомендации / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / Вып. 1. М.: Изд-во «КРЕДО», 2009. 24 с. - авт. вклад 1,2 п.л.

4. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Антитеррористическая политика: позитивная и негативная роль СМИ в формировании образа террориста у молодого

поколения [Текст]: методические рекомендации / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / Вып. 2. М.: Изд-во «КРЕДО», 2010. 24 с. - авт. вклад 1,2 п.л.

5. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Направленная трансляция образа трудового мигранта в СМИ и ее влияние на ценностно-смысловую сферу различных групп населения [Текст] / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / Труды аспирантов и соискателей Южного федерального университета. Т. XIV. Ростов-на-Дону: Изд-во ИПО ПИ ЮФУ, 2009. С. 122-123. - авт. вклад 0,15 п.л.

6. Гришина А.В. Особенности трансляции образа трудовых мигрантов в зарубежных и российских СМИ [Текст] / А.В. Гришина // Северо-Кавказский психологический вестник. № 8/3. 2010. С. 35-39. - авт. вклад 0,5 п.л.

7. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Проблема направленной трансляции образа трудового мигранта в СМИ [Текст] / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / Материалы XXXVII научной конференции сотрудников, аспирантов и студентов факультета психологии ЮФУ. М.: Изд-во «КРЕДО», 2009. С. 125-127. - авт. вклад 0,15 п.л.

8. Дьякова А.В. (Гришина А.В.), Шаповалова В.А. Проблема разработки квалификационных требований к государственным служащим, работающим с мигрантами [Текст] / А.В. Дьякова (А.В. Гришина), В.А. Шаповалова // Северо-Кавказский психологический вестник. № 6/1. 2008. С. 12-17 - авт. вклад 0,45 п.л.

9. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Психологические особенности государственных служащих, определяющие уровень их профессиональной успешности [Текст] / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / Материалы XXXIV научной конференции сотрудников, аспирантов и студентов факультета психологии РГУ. Ростов-на-Дону: Изд-во ООО Фирма «Ирбис», 2006. С. 23-28. - авт. вклад 0,35 п.л.

10. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Психологические особенности госслужащих (на примере Федеральной Миграционной службы) [Текст] / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / Материалы XXXV научной конференции сотрудников, аспирантов и студентов факультета психологии ЮФУ (24-25 апреля). М.: Изд-во «КРЕДО», 2007. С. 17-19. - авт. вклад 0,15 п.л.

11. Богуславская В.Ф., Гришина А.В. Психологические особенности трансляции образов в зарубежных и российских СМИ (на примере образа трудовых мигрантов) [Электронный ресурс] / В.Ф. Богуславская, А.В. Гришина / Мир Кавказу. Материалы антитеррористического фестиваля студенческой, научной и творческой молодежи (12-15 сентября). Электрон. текстовые, граф., зв. дан., фотогр. и прикладная прогр. (178 Мб). М.: Изд-во «КРЕДО», 2010. - авт. вклад 0,1 п.л.

12. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Психологические проблемы взаимной адаптации мигрантов и принимающего населения [Текст] / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / Материалы XXXVI научной конференции сотрудников, аспирантов и студентов факультета психологии ЮФУ (15-19 апреля). М.: Изд-во «КРЕДО», 2008. С. 20-22. - авт. вклад 0,15 п.л.

13. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Психологические проблемы развития взаимной толерантности студентов-мигрантов и студентов-представителей принимающего населения [Текст] / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / От толе-

рантности к сотрудничеству: социально-экономические и гуманитарные проблемы развития общества XXI века: сборник статей к материалам международной конференции / Под общ. ред. Б.Ч. Месхи. Ростов-на-Дону: Издательский центр ДГТУ, 2008. С. 89-91. - авт. вклад 0,15 п.л.

14. Дьякова А.В. (Гришина А.В.) Формирование толерантных установок к трудовым мигрантам в условиях Ростовской области [Текст] / А.В. Дьякова (А.В. Гришина) / Противодействие идеологии экстремизма и терроризма в рамках реализации государственной молодежной политики. Материалы научно-практической конференции. М.: Изд-во «КРЕДО», 2009. С.225-228. - авт. вклад 0,3 п.л.

Гришина А.В. Особенности восприятия образа трудового мигранта в СМИ студентами различной профессиональной направленности: Автореф. дисс. ... канд. психол. наук: 19.00.01. Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2011. 20 с.

Печать цифровая. Бумага офсетная. Гарнитура «Таймс».

Формат 60x84/16. Объем 1,0 уч.-изд.-л.

Заказ № 2108. Тираж 120 экз.

Отпечатано в КМЦ «КОПИЦЕНТР»

344006, г. Ростов-на-Дону, ул. Суворова, 19, тел. 247-34-88

102